第一图书网, tushu007.com

<<最新市场营销精要词典>>

图书基本信息

书名：<<最新市场营销精要词典>>

13位ISBN编号：9787501756124

10位ISBN编号：7501756120

出版时间：2003-01

出版时间：中国经济出版社

作者：宝利嘉

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

对于一个想在较短时间里全面掌握管理领导的人而言，教科书或其他专业管理图书可能都不是最好的选择。

宝利嘉公司在经过多年探索和积累丰富经验的基础上，开发了一套快捷学习和快速成长的策略方法，即通过提炼各个管理领域的完整框架和关键概念术语，帮助读者迅速有效地掌握该领域的知识精要。

该书独具特色的框架结构既符合经典性、系统性和完整性的原则，也囊括了该领域关键性的概念术语和最新进展，并更适应本土化读者的阅读和理解习惯。
该套词典不仅填补了国内这方面图书的空白，堪称开山之作，而且将对企业经理人、一般管理人员、企业员工、研究人员、大专院校学生等产生直接的巨大帮助。

作者简介

宝利嘉顾问：作为《宝利嘉文库》的编撰者，始终扎根于中国市场，多年来致力于本土化管理类知识产品的研发和运营，具有深厚的顾问及培训经验，同时在经管类图书的出版上也成就斐然。
团队在宝利嘉顾问公司首席顾问杨东龙先生的指导和统率下，本着专业化、前瞻性、实用性的原则，正在开创一条中西结合的管理之路。

<<最新市场营销精要词典>>

书籍目录

第一篇导论:理解市场营销
第1章 市场营销概念基础
1.认识市场营销
2.市场营销中观念导向
3.营销方式与策略
第2章 创造客户价值与满意
1.让渡客户价值满意
2.客户保留能力
3.客户盈利能力
第3章 战略营销规划与程序
1.战略设计与业务组合
2.管理市场营销活动(72)
第二篇分析:营销信息与机会
第4章 营销环境与信息调研
1.公司的微观环境
2.公司的宏观环境
3.信息系统与营销调研
第5章 消费者市场与购买行为
1.消费者市场基础
2.消费者行为影响因素
3.购买者决策过程
第6章 产业市场与购买者行为
1.产业市场的特征和行为
2.产业市场购买过程
第三篇研究:竞争者与目标市场
第7章 产业与竞争者研究
1.产业与市场竞争观念
2.辨识公司竞争者
3.评估竞争者态势
第8章 市场细分与市场定位
1.有效的市场细分
2.目标市场的选择与定位
第四篇组合Ⅰ:产品与定价策略
第9章 产品与服务策略
1.产品服务基础概念
2.产品与产品线决策
3.品牌、包装与标签
第10章 产品生命周期战略
1.新产品开发规划
2.产品生命周期战略
第11章 设计定价战略与方案
1.价格制定与战略因素
2.选择定价策略和方法
3.价格调整及其变更反应
第五篇组合Ⅱ:渠道与促销策略

第12章 选择和管理营销渠道
1.分销规划与营销渠道
2.渠道设计与渠道管理
3.渠道动态与渠道行为
第13章 批发、零售与后勤
1.批发类型与营销决策
2.零售类型与营销决策
3.市场后勤及其管理
第14章 促销、广告与公共关系
1.销售促进与组合
2.营销沟通与广告决策
3.公共关系选择与工具
第15章 人员销售与销售管理
1.人员销售与直接销售
2.销售队伍的设计与管理

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com